

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	◎	その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末が近づいていることに加え、11月末からお歳暮商品が売れ出すため、景気は少し良くなるとみられる。
	○	商店街（常務理事）	・総選挙が行われ、政局が不安定化しても、経済は底堅く、むしろ、消費に前向きな展開を期待する人も多い。米国大統領選挙の行方が今後の為替や経済、消費動向にも影響をもたらすと考えるが、大きな地政学的リスクが顕在化しなければ、年末年始の景気見通しは明るいと思われる。
	○	商店街（代表者）	・デフレからインフレに切り替わることは、デメリットとメリットを共に有するが、株式市場の上昇で可処分所得の増加が期待できる。うたい文句だけではなく、実質的に貯蓄から投資へ変化する時代が着実に進むことにより、景気上昇が起こるとみられる。
	○	コンビニ（商品担当）	・新内閣発足などの兆しがみえれば、景気は良くなるとみられる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・これから年末にかけて少し景気が良くなるとみられる。
	○	家電量販店（店員）	・ボーナス商戦で景気が盛り返すことを期待したい。
	○	タクシー運転手	・2～3か月先は、12月の忘年会シーズン、1月の新年会シーズンにより、やや良くなると判断できる。市内の状況としては、ライドシェアの申請を6社ほどが国土交通省に提出しており、また、クルーズ船の来航が新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻っており、多いときには月に45回程度来航している。
	○	通信会社（支店長）	・景気も少しずつ持ち直すと想定しており、冬物商戦期に入るため、エリア特性により、多くの来店や販売が期待できる。
	○	競艇場（マネージャー）	・物価が安定するには時間が掛かる見込みだが、遊興に関しては、しばらく順調に推移する見通しである。
	○	美容室（経営者）	・12月、1月は客も動くため、ある程度の売上アップが見込める。
	□	商店街（代表者）	・商店街内はかなり人が増えている。また、商店街内の退店した店も飲食中心に新店舗が入っており、新陳代謝が活発になっているため、それが目当ての外來客も増えてきている。
	□	商店街（代表者）	・ガソリン価格の高止まりや物価高騰が続いており、厳しい状況である。多少でも賃金上昇が望めれば良い方向に向かうと考えるが、少し時間が掛かるとみられる。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・現在の中東又はウクライナ紛争の状況次第では、過去にあったような輸入原材料価格の高騰により、今後の仕入価格に影響が出るとみられる。例年、年度末には売上が増加するが、今年は少し様子が違っているように感じている。
	□	百貨店（マネージャー）	・インバウンドは前年比プラスで推移しているが、国内客は前年比マイナスとなっている。
	□	スーパー（店長）	・値上げにより消費が伸び悩むとみられる。
	□	スーパー（店長）	・今後も商品の値上がりが続く事が予測されており、景気が良くなる要因が見当たらない。
	□	スーパー（企画担当）	・年末に向けてまだ値上げの情報が続いており、地方でもドラッグストアの出店が続いていることから来客数を伸ばすことは難しいとみられる。単価の低い店舗への買い回りは更に増えると推定している。
	□	スーパー（企画担当）	・現状、売上が増加しているものと減少しているものがあるが、全体としては物価高の影響を受けている。今後の消費者マインドがどのようになるのか、先行きは不透明である。
	□	コンビニ（店長）	・当面は現状の景気状況で推移するとみられるが、後は電気料金、ガス代等の生活費が上昇すれば、生活防衛のための買い控えが増えるとみられる。
	□	コンビニ（総務）	・値段が高いコンビニは消費者に敬遠されて、来店頻度が悪化している。消費者は日々少しでも安く買物ができるように様々な業種、店舗を自分で調べて利用している。

	□	衣料品専門店（経営者）	・期待値は非常に高いが、衣料品の売上は気温の影響が相当大きい。10月はそこそこ暖かいとみられていることから、11月後半から12月にかけて寒くなり、購入単価が上れば売上は増加するが、暖かい気温が続けば、売上は変わらないとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・引き続き物価高が多く商材でみられており、影響が出ている。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・顧客との会話から、物価上昇の影響により衣料品購入への余力が減っていることを顕著に感じており、景気が上向き気配が少ないとみられる。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・販売停止車両の再開の見込みがない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・メーカーからの納車は安定しているが、販売できる車種に制限があり受注が苦戦している。
	□	乗用車販売店（役員）	・米国大統領選挙の行方など海外状況に不透明な要素もあるが、底堅く推移するとみられる。
	□	その他小売 [ショッピングセンター]（館長）	・前年の全国旅行支援の影響で昨対比では悪くなる見通しだが、引き続き来県者も多い状況が続いており、大きく変化する要因は見当たらない。
	□	観光型旅館（経営者）	・地域の集客キャパシティには限界があるが、現状では需要と供給が均衡している。今後の集客の大幅増加も見込めないがインバウンド効果もあり、災害等の特殊要因がなければ底堅く推移するとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・日本、米国の選挙動向次第だが、先行きが不透明で、経済の動きが弱まっている場合は大きく流れが変わり、景気が悪くなる可能性もあるとみられる。
	□	旅行代理店（部長）	・インバウンド効果による景気上昇は期待できるが、国内企業及び日本人のレジャー消費が不透明である。
	□	通信会社（営業担当）	・来客数は増加傾向だが、客単価はまだ厳しい傾向である。
	□	観光遊園地（主幹）	・当面の間は、現状が続くと予測される。
	□	設計事務所（所長）	・飲食代や生活必需品の価格が上がってきているが、賃金も徐々に追い付いてきている。
	▲	一般小売店 [生花]（経営者）	・商品価格が上がってきているため、じっくり検討してから予約や購入する傾向にある。
	▲	百貨店（販売促進）	・止まらない物価高に賃金上昇が追い付いておらず、閉塞感がある。
	▲	スーパー（人事）	・電気料金補助の終了などにより、これからの生活に不安がある。
	▲	スーパー（財務担当）	・物価高で実質賃金が改善される可能性は低く、節約志向が続くとみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価高が最大の不安材料になっている。
	▲	コンビニ（店長）	・来客数が減少している。
	▲	家電量販店（副店長）	・寒さも徐々に強まっていくなか、光熱費高騰により節約志向が懸念されるため、景気の回復は期待できない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・8月と12月は例年売上が良くなる傾向にあるが、今年の8月は下火だったため、年末も余りにぎわうこともないとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・物価高の影響により美容室に行かず、自分でできることは自分でする客が増えてきているように感じている。
	×	一般小売店 [酒]（経営者）	・社会全体が不安要素しかないなかで、消費者の財布のひもは固く、景気は更に悪くなるとみられる。
企業 動向 関連 (四国)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・大きな選挙が、今、世界で行われているが、我が国では地方も選挙に対する意識が高くなっており、この度の政権政党の大敗は非常に良かったとみられる。経済的には、これで我が国もゼロから出発できると感じており、景気は必ず良くなると確信している。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・年末の大掃除に使用するウェットクリーナーの需要が高まるため、売上が増加するとみられる。一方で、円安等により製造原価が上がっているが、売価に転嫁できておらず、利益が出にくくなっている。卸売や小売に値上げ要請しているが、断られることもあり、うまく交渉が進まないため、数量を減らすなどの対策をとり、今後利益を確保していきたい。
	○	建設業（経営者）	・来月は、受注できそうな工事が数件出てきている。
	○	通信業（企画・売上管理）	・冬場は在宅率が高いため、視聴率が上がる。それによりCM受注が増えることを期待している。

	□	農林水産業（職員）	・消費者の財布のひもは固く、食費を抑える傾向は続いている。経済の改善は期待できず、現状の取引環境が続く見込みである。
	□	食料品製造業（商品統括）	・食品値上げは、生活に直結することではあるが、マスコミの食品値上げをあおるような報道が目に見える状況であり、懸念している。買い控えが発生していることで大手スーパー、外食店の一部で値下げをするようであるが、報道では弱い消費者を守ることが強調されすぎており、利益の少ない食品業界には大きなマイナスイメージとなっている。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	・一時的な回復は見込めるが、材料費や配送費の高騰で住宅販売は更に落ち込む見込みである。来期も人口減少と価格高騰の影響により、住宅販売は減少傾向が続くとみられる。
	□	化学工業（所長）	・消費者の意識は、買い控えに慣れていくとみられる。大きな要素がない限り、景気の変化はないとみられる。
	□	鉄鋼業（総務部長）	・変動要因が見当たらない。
	□	輸送業（経営者）	・政治の変化が怖いとみている。
	□	通信会社（総務担当）	・下期の受注の積上げが目標を達成する見込みが立たず、営業部門が苦戦している。
	□	広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う採用関連広告や観光関連広告は増加傾向であるが、小売流通関連の紙媒体等の広告は減少傾向であり、全体としては余り変わらないと予想される。
	▲	食料品製造業（経営者）	・最低賃金が大幅アップとなり、人件費、労務費が増加し、利益を圧迫することが予想される。
	▲	電気機械器具製造業（経理）	・相変わらずの物価高、円安基調に今回の総選挙で政権政党が過半数を割り込んだことによる政治の不安定感が加わるため、良化の糸口が見込めない。
	▲	建設業（経営者）	・政治の動き、金利の動向、物価上昇等が懸念される。
	▲	金融業（副支店長）	・地方は物価高騰に対して、給料の引上げが追い付いてきていない。
	▲	税理士事務所	・人件費の高騰に対して企業の売上が追い付いておらず、雇用することが難しくなり逆効果となっている。
	×	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	求人情報誌（営業）	・各業種での人材採用数が増えることにより、売上増加につながりやすくなっており、景気はやや良くなると判断できるが、人件費の高騰は避けられず、既存社員の人件費増加により利益が下がりつつある企業も増えてきており、大幅に景気が良くなるとは想像しにくい。
	○	求人情報誌制作会社（経営者）	・年末年始のアルバイトの求人数の増加が予想される。
	□	人材派遣会社（総務部長）	・物価高などにより、今後しばらくは景気が良くならないとみられる。
	□	職業安定所（求人開発）	・今後の為替が円高か円安のどちらに傾いても産業や業態によって明暗が分かれることや最低賃金額の大幅な引上げについても、企業規模や人手不足の状況で影響に差が出るため、全体の景況は不透明な状況が続くとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・求人の動きに変化がみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足感は構造的な要因が大きいとみられる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・明らかに物価が上がってきており、支出を抑えざるを得ない状況である。今後は更にその傾向が強くなるとみられる。
	×	—	—